

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Кафедра технологии документальных и медиакоммуникаций

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН, ПРАКТИК И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки 42.04.05 МЕДИКОММУНИКАЦИИ

**Направленность (профиль)
МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ**

**Уровень высшего образования
«магистратура»**

Программа магистратуры

Форма обучения:

ОЧНАЯ/ЗАОЧНАЯ

Кемерово 2024

ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ НАУКИ

Цели освоения дисциплины: формирование представлений о познавательном процессе, научно-исследовательской культуре, в том числе посредством расширения и углубления знаний о роли философии в жизни современного российского общества; формирования системных представлений об истории науки и философии, их актуальных проблемах, специфике методологических оснований.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Историческое развитие науки и ее философское осмысление. Философские основания науки. Возникновение и основные этапы в исторической эволюции науки и техники. История научного метода. Структура научного знания и проблемы классификации наук.

Раздел 2. Современные проблемы науки и культуры. Современные концепции философии науки. Наука как социальный институт: проблемы и перспективы. Особенности современного этапа развития научных исследований в профессиональной сфере.

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, семинар-конференция. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в рамках семинарских занятий, семинара-дискуссии; доклад на семинаре-конференции; электронный отчет о выполнении практического задания; проверка и презентация рефератов; итоговое задание в тестовой форме, форма промежуточного контроля – экзамен.

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЕМ

Цель освоения дисциплины: формирование готовности обучающихся к управлению знанием в организации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Интеллектуальные ресурсы и человеческий капитал. Роль экономики и системы образования в накоплении человеческого капитала. Знание как специфический продукт науки и образования. Интеллектуальные ресурсы как объект стратегического управления. Знание как фактор производства. Знание как общественное благо. Взаимосвязь знания и деятельности. Знания и информация. Информационное обеспечение деятельности. Сущность управления знаниями в организации. Понятие об организационном капитале. Знание как продукт. Эффекты знаний. Нематериальные активы организации и знания. Модели функционирования и развития интеллектуальных ресурсов.

Раздел 2. Подходы к пониманию управления знанием в организации. Диагностика показателей управления знаниями. Типы технологий в управлении знанием.

Корпоративные порталы знаний. Средства для организации совместной работы. Системы управления документооборотом. Характеристики инновационных компаний и организаций. Этапы создания новых знаний. Роль сообществ в управлении знанием. Центр управления идеями. Модели обучающихся организаций. Моделирование самообучающейся организации. Информационное обеспечение деятельности в организации.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; семинарские занятия в форме докладов с комментариями; дискуссия; представление результатов НИРС в форме электронных презентаций; творческое задание; мини-конференция.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Цели освоения дисциплины: освоение технологий информационного обеспечения профессиональных коммуникаций различных сфер деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы информационного обеспечения профессиональной коммуникации. Сущность и виды профессиональных коммуникаций. Коммуникация как процесс. Структура коммуникационного процесса. Этапы процесса коммуникации: формулирование идеи, выбор канала коммуникации, декодирование информации, интерпретация сообщения и формирование ответа. Изменение роли коммуникаций в информационном обществе.

Раздел 2. Технологии профессиональных коммуникаций. Профессиональные коммуникации в медиа. Источники информационного обеспечения профессиональных коммуникаций в предметном поле медиа. Профессиональные объединения. Профессиональные периодические издания. Издательства профессиональной литературы. Международные и национальные конференции. Профессиональные социальные сети.

Бизнес-коммуникации. Виды и формы деловой коммуникации. Пути информационной поддержки деловых коммуникаций: информационное сопровождение деловых переговоров, выступлений перед аудиторией, корпоративных вечеринок. Подготовка бизнес-презентаций и обучающих презентаций. Формирование медиасвязей. Организация корпоративных коммуникаций в сети Интернет. Деловая переписка. Дебаты с оппонентами.

Раздел 3 Практические основы информационного обеспечения профессиональной коммуникации. Информационные и научные мероприятия как средства профессиональных коммуникаций. Технология подготовки и проведения профессионального мероприятия.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, семинар-конференция, презентация результатов научно-исследовательской работы студентов, деловые игры.

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ

Цели освоения дисциплины: освоение методологической базы исследования средств массовой информации и их аудитории.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ПК-5 – Способен проводить научные исследования в сфере медиакommunikаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. **Методы научных исследований медиа.** Социологическая, политологическая, культурологическая и филологическая методология в исследованиях современной информации. Информация как базовая единица исследований медиатекста. Объем, характер и качество информации как основания для характеристики различных типов массово-информационной деятельности. Методы исследования масс-медиа.

Классификация методов научного исследования. Многоуровневая концепция методологического знания. Основные группы методов научного познания: философские, частно-научные, дисциплинарные, междисциплинарные методы.

Раздел 2. Теоретико-методологические и методические основы проведения научных исследований.

Организационные основы проведения научных исследований. Общая методология и методика научного познания: понятие, значимость и динамика развития. Методологическая и методическая культура медиаисследований: подходы, специфика, структура, принципы, правила и возможности. Организационно-деятельностное обеспечение теоретических и прикладных медиаисследований: постановка проблемы, целеполагание, планирование, организация, координация, обоснование и представление результатов. Отчёт и сообщение о работе. Основные требования к их оформлению.

Сущность медиаисследования. Медиаиндустрия как объект медиаисследований. Понятие аудитории. Целевая аудитория. «Портрет пользователя». Методы исследования аудитории медиа: опросы, интервью, статистические показатели. Автоматизированные и опросные исследования. Инструменты получения информации об аудитории СМИ и медиаресурсов. Медиакилт. Веб-аналитика.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, семинар-конференция, презентация результатов научно-исследовательской работы студентов, деловые игры.

МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов представлений о современном менеджменте медиакommunikаций, управленческой культуры информационной эпохи.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

ОПК-7 – Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

Краткое содержание дисциплины:

Медиаменеджмент, как феномен управленческой культуры информационной эпохи. Медиаполитика государства и правовая основа медиаменеджмента. Интернет и электронный менеджмент. «Электронное правительство» в информационном обществе. Интернет и электронная коммерция в СМИ.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; практические занятия с элементами дискуссии; выполнение и защита учебного проекта.

ЭКОНОМИКА МЕДИА

Цели освоения дисциплины: формирование представлений о системе СМИ как системе, действующей в рамках хозяйственных и экономических связей при специфической организации труда и в условиях особенного, нетрадиционного для обычной экономики, ценообразования и потребления

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

ОПК-7 – Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Специфика медиа как товара и медиа индустрии в целом, основные понятия медиа экономики. Роль медиа в современной экономике. Концепция медиа индустрии как индустрии услуг: плюсы и минусы. Трансформация экономической системы во второй половине XX в. и рост роли медиа. Доля медиа рынка в экономике развитых стран и России. Рынок СМИ как рынок периодических средств информации. Узость понятия «рынок СМИ». Медиа-рынок и его компоненты: СМИ, рекламные агентства и их подвиды (медиабайеры, медиаселлеры), коммуникационные агентства, книжный рынок, рынок аудиовизуальной продукции, рынок мобильного и интернет-контента. Политэкономическое понятие индустрии. Индустрия как массово-организованное производство продукта в результате воздействия концентрированной рабочей силы и технических средств. Экономические факторы развития медиа индустрии: развитие мануфактурного и капиталистического производства. Политические факторы развития медиа индустрии: свобода обмена информацией как рынок. Социальные факторы развития медиа индустрии: появление читательской аудитории. Технологические факторы развития медиа индустрии: появление современных средств связи, распространения, печати и оформления СМИ. Гибридность медиа продукта. Разделение в экономике медиа понятия «контент» и понятия «носитель». Продукты общественные и продукты частные. Информация как коллективный и общественный товар. Носитель информации как частный товар. Реклама как товар не подлежащий классификации. Концепция «общественного» и «частного» в экономике медиа продуктов. Концепция сдвоенного рынка СМИ.

Медиа – двойственный рынок товаров и услуг. Стоимость первого экземпляра и экономика масштабов производства. Особенности ценообразования индустрии печатных СМИ. Особенности ценообразования аудиовизуальной продукции. Концепция случайной цены медиа. Доходы и расходы медиа. Издержки в медиа индустрии: постоянные и

переменные издержки различных видов медиа. Издержки и объемы производства в медиа индустрии. Функция издателя в медиа индустрии.

Раздел 2. Конкуренция СМИ: ее виды. Типы рыночных структур в медиа индустрии. Конкуренция СМИ на различных рынках: на рынке содержания, на рынке рекламы, на рынке досуга. Концепция «экономики внимания». Виды конкуренции и доминирующие виды конкуренции на рынке медиа развитых стран. Уровни конкуренции и концепции «зонтичной конкуренции». Стратегии в рамках тройственной схемы издатель-читатель-рекламодатель. Соотношение цены и тиража/распространяемости продукта, эластичность по цене. Соотношение спроса и предложения на медиа рынке. Соотношение тиража/распространяемости и объема рекламы. Стратегии в рамках развития рекламного рынка. Основные стратегии в условиях кризиса и мутаций рынков. Стратегии в условиях кризиса рекламного рынка. Стратегии в условиях кризиса рынка печатных СМИ. Стратегии в условиях кризиса аудитории эфирного ТВ. Концентрация в медиа. Ведущие мировые медиа концерны.

Три вида концентрации медиа-бизнеса: вертикальная, горизонтальная, диагональная. Кластеризация медиа и ее причины. Инфраструктура медиа. Сети передачи данных для медиа, способы цифровой дистрибуции медиа продуктов.

Раздел 3. Государственная политика в области медиа. Необходимость регулирования медиа со стороны государства: концепция вмешательства и невмешательства государства в медиабизнес. Противоречие между общественной функцией медиа и их коммерческой ролью. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений. Отрицательные стороны государственной поддержки: сохранение экономически слабых компаний.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.

МЕДИАМАРКЕТИНГ

Цель освоения дисциплины: формирование комплексного представления о маркетинговых задачах, стоящих перед медиапредприятием в конкурентной среде, а также основных средствах и инструментах их решения; развитие навыков стратегического маркетингового анализа и планирования.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;

ПК-4 – Способен разрабатывать маркетинговые стратегии медиакоммуникационного проекта.

Краткое содержание дисциплины:

Маркетинг в медиаиндустрии. Стратегии бизнеса и маркетинга в медиаиндустрии. Социально ориентированный маркетинг. Методы маркетингового анализа. Комплекс маркетинга в медиаиндустрии. Маркетинговый анализ: основные цели и задачи. Ситуационный анализ. Маркетинговые исследования в медиаиндустрии. Исследование и анализ аудитории. Маркетинговый продукт. Каналы сбыта. Интегрированные маркетинговые коммуникации в медиаиндустрии. Карта каналов коммуникации, принципы интеграции. Медиапланирование. Составление маркетингового плана медиапредприятия. Понятие эффективности маркетинга, основные метрики.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекции-визуализации; использование ситуационных заданий по отдельным темам практических занятий, выполнения практических работ с публичным обсуждением результатов. Деловые игры для формирования маркетингового мышления у студентов. Практические работы предусматривают анализ библиотечно-информационных учреждений и разработку собственных маркетинговых проектов. Текущий контроль осуществляется в форме «обратной связи» при обсуждении лекционного материала. Формой промежуточного контроля является выполнение контрольной работы. Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: тестовый, защиты выполненных ситуативных заданий, проектов, собеседование, экзамен.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Цель дисциплины: комплексное освоение теоретических и эмпирических направлений изучения проблем массовой коммуникации в современном обществе; овладение навыками социологических методов изучения массовой коммуникации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

ОПК-2 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продукта;

ОПК-3 – Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Краткое содержание дисциплины:

Сущность и основные функции массовых коммуникаций. Понятие структуры массовой коммуникации. Способы и средства массовой коммуникации: направленность, многоканальность, нормативность и вариативность коммуникативных средств. Основные функции массовой коммуникации: содержание информационной, регулирующей и культурологической функции. Массовая коммуникация как социальный институт. Понятие и признаки социального института. Характеристики СМИ как социального института. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе.

Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации. Принцип свободы слова в деятельности СМИ.

Массовые коммуникации и массовая культура. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения.

Исследования массовых коммуникаций. Исследования межличностной и массовой коммуникации в работах. Анализ массовой коммуникации в работах. Исследования пропаганды. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации. Современный этап исследований массовых коммуникаций. Семиотический анализ массовых коммуникаций. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций. Анализ содержания массовых коммуникаций.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, семинар-конференция. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в рамках семинарских занятий, семинара-дискуссии; доклад на семинаре-конференции;

электронный отчет о выполнении практического задания; проверка и презентация рефератов; итоговое задание в тестовой форме, форма промежуточного контроля – зачет.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся способности применять современные коммуникативные технологии на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-4 – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

Краткое содержание дисциплины:

Профессия и жизнь. Высшее образование. Терминологический аппарат обеспечения профессиональной и академической деятельности.

Функциональная грамматика академической и профессиональной направленности.

Направления профессиональной деятельности.

Этика деловой коммуникации на иностранном языке. Этика и нормы письменной деловой коммуникации на иностранном языке. Публичные выступления на иностранном языке (речевые обороты, клише, вводные слова). Конвенциональные аспекты общения на иностранном языке. Профессиональные мероприятия, события, площадки их проведения, профессиональные союзы и ассоциации.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетных единиц, 144 академических часа.

Образовательные технологии: практические занятия с использованием электронных презентаций; тематическое сообщение в устной или письменной форме, творческое задание, представление результатов НИРС в форме электронных презентаций.

ПРОГРАММИРОВАНИЕ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ МЕДИАПРОЕКТОВ

Цель освоения дисциплины: ознакомление с теоретическими основами программирования и визуализации методов обработки и представления информации медиапроектов. Дисциплина является дисциплиной в части формируемой участниками образовательных отношений Блокам 1. Дисциплина изучается в 1 и 2 семестрах.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Технология создания медиапроектов с использованием систем управления контентом. Понятие системы управления контентом (CMS). Классификации систем управления контентом. Общие требования, предъявляемые к CMS: обеспечение стандартного набора функций по управлению ресурсом, удобство применения, гибкая модульная архитектура, устойчивость системы. Функции систем управления контентом. Преимущества использования CMS. Обзор рынка систем управления контентом.

Раздел 2. Технология создания медиапроектов: визуальные методы обработки. Обзор программного обеспечения, используемых при создании медиапроектов: текстовые редакторы, HTML-редакторы, конструкторы сайтов, системы управления контентом.

Программы для разработки дизайна медиапроектов. Критерии выбора средств разработки электронных информационных ресурсов: бесплатность, удобство административной панели для работы с ЭИР, функциональность, надежность и отказоустойчивость, масштабируемость, возможность создания ЭИР различной сложности (электронных коллекций, сайтов, порталов, блогов и т.д.), адаптивный формат ресурса под мобильные системы, возможность SEO настройки для оптимизации страниц ресурса, интеграция с сервисами аналитики, социальными сетями.

Объем учебной дисциплины: 4 зачетных единиц, 144 академических часа.

Образовательные технологии: Традиционные образовательные технологии, включающие аудиторные занятия в форме лекций, семинарских, практических занятий; электронные образовательные технологии, предполагающие привлечение интерактивных форм работы, интернет-ресурсов; активные методы обучения: подготовка и защита докладов, разработка и защита технологического проекта, ситуативные задания.

МЕДИАПСИХОЛОГИЯ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов системных знаний, изучающих процессы медиапроизводства, медиапотребления, формирования медиакомпетентности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ОПК-7 – Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

Краткое содержание дисциплины:

Предметное поле медиапсихологии. Методы медиапсихологии. Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, психология и социология массовых коммуникаций и др.). Вклад данных наук в медиапсихологию. Предметное поле медиапсихологии. Базовые понятия. Задачи и направления медиапсихологических исследований. Категории и принципы медиапсихологии.

Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам. Аудитория как объект и субъект коммуникации. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая). Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия. Категория продвижения в междисциплинарных исследованиях. Продвижение медиапроектов как социально-психологический феномен.

Психология медиакommunikативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, семинар-конференция. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в рамках семинарских занятий, семинара-дискуссии; доклад на семинаре-конференции; электронный отчет о выполнении практического задания; проверка и презентация рефератов; итоговое задание в тестовой форме, форма промежуточного контроля – зачет.

СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ

Цель освоения дисциплины: формирование компетенций по планированию, организации и координированию процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакommunikационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Концепция современного медиаконтента. Медиаконтент: определение понятия. Медиаконтент как совокупность всех материалов составляющих содержание СМИ. Понятие СМИ, СМК, медиаданные, медиатекст, новые медиа. Три главных способа отображения действительности (фактографический, аналитический, наглядно-образный). Их своеобразие.

Функции медиаконтента: информационная, социальная, экспрессивная, прагматическая, интерпретативная.

Трансмедийный проект как понятие. Основные типы трансмедийных проектов. Классификация трансмедийных проектов по типу медиаконтента. Специфика интернет-контента. Новые медиа. Новые медиа в новом обществе: качественное изменение аудитории и ее потребностей.

Типы контента: затраты и вовлеченность. Текстовый контент. Графический контент. Вебинары, книги и исследования как особый вид контента. Видеоконтент.

Раздел 2. Распространение и продвижение медиаконтента. Распространение контента. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ.

Управление контентом на стадиях разработки сайта, первоначальной загрузки базы данных. Раскрутка и оптимизация сайта и его контента.

Продвижение контента. Поисковая оптимизация. Редакционная политика. Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Анализ эффективности контент-стратегии. Команда и работа с порядчиками.

Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Работа с негативом. Анализ эффективности контент-стратегии.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: в процессе изучения дисциплины на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникационные технологии. Практикуются мультимедийные лекции, практические занятия. Применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, тестовый контроль, выполнение контрольных заданий, защита творческих заданий.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

ЛОКАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Цели освоения дисциплины: формирование целостных представлений об основных вехах развития современных городских исследований в гуманитаристике, а также практика разработки туристического продукта или услуги.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

ОПК-2 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продукта;

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакоммуникаций.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Маркетинг и стратегическое планирование города.

Виды маркетинговых стратегий. Методы и технологии маркетинговых стратегий. Тематические направления маркетинга города. Бренд города: понятие, структура, условия возникновения. Технология брендинга города: этапы, методы, участники. Инновационные инструменты развития бренда города.

Раздел 2. Интеграционные процессы и художественная целостность в архитектуре города.

Практика художественной интеграции в архитектуре. Семиотика архитектуры в современном городе. Коммуникация и геометрия города. Пространство города и онтологические модели соображения. Культурная и социальная роль граффити. Город от высоких технологий до проблем экологии. Свойства стекла в координатах архитектуры города. Искусство как средство социальной адаптации. Современная архитектурные концепции городов.

Объем учебной дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Образовательные технологии: Лекции с использованием электронных презентаций. Семинарские занятия в форме обсуждения докладов и дискуссии. Форма промежуточного контроля – зачет.

ТЕОРИЯ КУЛЬТУРЫ

Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с основами культурологического знания, базовым терминологическим аппаратом культурологии, важнейшей проблематикой истории и теории культуры, а также формирование представления об исторической духовной ретроспективе становления западноевропейской и русской культуры.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические аспекты культурологии. Структура современного знания о культуре. Теоретическая, историческая и прикладная культурология. Исследовательские методы, подходы в культурологии. Основные понятия культурологии. Морфология культуры. Функции культуры. Динамика культуры.

Раздел 2. Исторические типы мировых культур. Культура и история. Культура и общество. Культура и личность. Культура и язык. Межкультурные коммуникации. Типология культуры. Место и роль России в мировой культуре.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: Лекции с использованием электронных презентаций. Семинарские занятия в форме обсуждения докладов и дискуссии. Форма промежуточного контроля – зачет.

МЕДИАКРИТИКА

Цель освоения дисциплины: формирование представления о роли и месте медиакритики в информационном пространстве, а также развитие навыков самостоятельной оценки медийных произведений в различных жанрах медиакритики.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы медиакритики. Социальная роль критики. История медиакритики в России и за рубежом.

Раздел 2. Видовое и жанровое разнообразие медийной критики. Виды и типы медийной критики. Медиакритика содержания. Области медиакритики. Система информационных и аналитических жанров: заметка, анонс, репортаж, интервью, обзор, реплика, мини-рецензия, статья, эссе, презентация результатов медиа исследований.

Раздел 3. Методика критического анализа в медиакритике. Методика критического анализа медиатекстов и медиасообщений, приемы и технологии. Особенности анализа аудиовизуального произведения. Аргументация в медиакритике. Комментирование и цитирование. Технология подготовки отзывов и рецензий на различные виды медиатекстов.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: В процессе обучения на занятиях используются наряду с традиционной технологией и информационно-коммуникативные технологии. Применяются все виды диагностики: проверка выполненных практических работ, все виды тестового контроля, выполнение контрольных заданий, устный опрос.

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ

Цель освоения дисциплины: формирование навыков подготовки медиапродуктов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакommunikационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Медиа технологии как форма деятельности. Основные понятия и определения, история медиа технологий. Области и задачи применения медиа технологий. Роль медиа технологий в восприятии и трансляции информации. Компонентная структура медиа технологий. Классификация медиа технологий по различным основаниям. Структура медиа технологий. Функции медиа технологий. Влияние медиа технологий на человека и общество. Медиа процессы в библиотечно-информационной деятельности, науке и образовании. Интернет как канал распространения медиа продуктов.

Раздел 2. Медиа продукты как результат медиа технологий. Нормативные, методические и технологические документы, регламентирующие разработку медиа продуктов. Аппаратное и программное обеспечение производства медиа продуктов. Классификация, функции, медиа продуктов. Медиа продукты по каналу распространения. Печатные медиа продукты. Аудиовизуальные медиа продукты. Электронные

медиапродукты. Технология создания медиапродуктов.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, семинар-конференция, самостоятельная работа по созданию медиапроектов, публичная защита медиапроектов.

МЕДИАЛИНГВИСТИКА

Цель освоения дисциплины: знакомство с особенностями языковой организации текстов различных жанров средств массовой информации в целом и принципами отбора и функционирования языковых элементов в медийном дискурсе в частности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ОПК-2 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продукта;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакоммуникационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата.

Краткое содержание дисциплины:

Медиалингвистика в общей системе наук о языке. Язык СМИ. Медиадискурс и его место в системе функциональных стилей современного русского языка. Медиатекст как основная единица языка СМИ. Лингвомедийные свойства основных типов медиатекстов. Лингвистические особенности медиатекстов в условиях конвергентных СМИ.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, проблемно-исследовательские и ситуационные задания, фронтальный опрос, отчет о выполнении практических заданий, защита заданий, выполненных в микрогруппе и индивидуальных домашних заданий, собеседование, коллоквиум, тестовый контроль.

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов систематического знания о роли и месте связей с общественностью в современном обществе, знания о методах, техниках и технологиях рекламной деятельности, применяемых в связях с общественностью, основных направлениях и сферах PR деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакоммуникаций;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакоммуникационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. История возникновения и развития рекламы и связей с общественностью. Объективные предпосылки возникновения деятельности по связям с общественностью: экономические, политические, социальные, культурные. PR-технологии и реклама как маркетинговая коммуникация и форма продвижения информационных продуктов и услуг. Рекламная продукция.

Раздел 2. Рекламные технологии. Рекламные кампании. Организация рекламной деятельности. Экономическая, социальная и психологическая эффективность рекламы и методы ее оценки. Технология подготовки рекламы (буклет, листовка, визитка, календарь). Технология подготовки мультимедийной рекламной продукции (электронная презентация, баннер, видеоролик).

Раздел 3. Корпоративная культура, имидж, репутация, бренд. Понятие, типология, структура корпоративной культуры. Этапы и специфика формирования корпоративной культуры. Корпоративные издания и корпоративная культура. Понятие имиджа. Структура и функции имиджа: номинативная, коммуникативная, эстетическая, адресная. Формирование имиджа. Понятие репутации. Репутационные стратегии. Брендинг и ребрендинг. Сайты и корпоративные издания как элементы системы связей с общественностью. Имидж территории: особенности формирования. Региональные бренды: история возникновения.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: В процессе обучения практикуются мультимедийные интерактивные лекции с разбором конкретных ситуаций, практические занятия с использованием компьютерной техники и интернет-ресурсов, выполнение и публичная защита индивидуальных проектных и эвристических заданий, дискуссии.

Применяются следующие виды диагностики: защита проектов и творческих работ, проверка выполненных практических работ и готовности к семинарским занятиям, устные опросы, собеседования.

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель освоения дисциплины: нацелена на глубокое осмысление сущности теоретических концепций и методологических подходов, сложившихся в медиакommunikациях и являющихся ключевым ресурсом совершенствования медиакommunikативности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакommunikативный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата;

ПК-5 – Способен проводить научные исследования в сфере медиакommunikативных на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Краткое содержание дисциплины:

Информационная аналитика деятельность: понятие и структура. Базовые технологии информационной аналитики. Информационный анализ. Информационный мониторинг. Информационное моделирование. Технологии прогнозирования. Специальные технологии информационной аналитики.

Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций. Метрики, служащие анализу СМИ. Метрики для анализа социальных медиа. Исследование целевых аудиторий.

Показатели эффективности Digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Веб-аналитика. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Digital-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности интернет-рекламы. Анализ эффективности продвижения сайта

в поисковых системах. Основные понятия веб-аналитики. Яндекс.Метрика, Google Analytics: подключение и настройка. Как подключить и настроить Яндекс.Метрику и Google Analytics. Дашборды Google Analytics.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, семинар-конференция.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕДИА

Цель освоения дисциплины: формирование системных компетенций в отношении цифровой трансформации, взаимодействия участников процесса.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие цифровизации и цифровой трансформации как многоаспектного явления на национальном и международном уровне. Влияние цифровизации на различные сферы общества. Проблематика цифрового взаимодействия и влияние на развитие общества в целом. Форматы цифрового взаимодействия: LegalTech, BigData, блокчейн, цифровые сделки.

Диджитал-трансформация креативных культур. Современные цифровые решения и ресурсы: онлайн-продажи, диджиталпрезентации продуктов, механики социальных сетей.

Цифровые права в эпоху диджитализации. Дефиниция, правовое регулирование. Цифровые угрозы и безопасность.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: мультимедийные лекционные занятия, компьютерное тестирование, телекоммуникационные технологии сопровождают проведение практических работ. Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: тестовый, включая компьютерное тестирование; собеседование.

МЕДИАЖУРНАЛИСТИКА

Цель освоения дисциплины: освоение комплекса принципов, норм и технологий, которыми руководствуются различные субъекты социокультурной сферы в реализации государственной культурной политики.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций.

Краткое содержание дисциплины:

Электронные средства массовой информации: понятие и особенности. Преимущества электронных СМИ. Телевидение как электронная медийная среда. Радио как электронное СМИ. Интернет как медийная среда, новое средство распространения и получения информации. Интернет-СМИ: классификация. СМИ в социальных сетях. Мобильные электронные СМИ. Персональные электронные СМИ. Свойства интернет-СМИ. Создатели интернет СМИ. Аудитория интернет-СМИ.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; семинарские занятия в форме докладов с комментариями; дискуссия; представление результатов НИРС в форме электронных презентаций; творческое задание; мини-конференция.

КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В МЕДИАСРЕДЕ

Цели освоения дисциплины: освоение базовых задач по сохранению и продвижению культурного наследия.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Объекты культурного наследия. Материальное культурное наследие (здания и сооружения, образцы инженерных, технических решений, исторические и культурные ландшафты, археологические памятники, монументы и т. д., произведения изобразительного и прикладного искусства, документы, книги, фотографии). Нематериальное культурное наследие (языки и диалекты, традиции, обычаи и верования, фольклор, представления об устройстве мира народов и этнических групп, русская литература и литература народов России, музыкальное, театральное, кинематографическое наследие, созданная в стране система подготовки творческих кадров). Стратегия сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов РФ. Региональные концепции сохранения и использования культурного наследия.

Раздел 2. Сохранении и продвижении культурного наследия в медиасреде. Культурное наследие в открытом доступе. Функции современной медиакультуры: информационная, коммуникативная, нормативная (идеологическая), релаксационная, креативная, интеграционная, посредническая. Популяризация культурного наследия с использованием современных информационных технологий (в том числе искусственного интеллекта, технологий хранения и анализа больших данных, технологий машинного обучения и когнитивные технологии, технологий распределенных реестров, технологий беспроводной связи и «Интернета вещей» и др.). Информационные ресурсы по популяризации культурного наследия (сайты, порталы, реестры, базы данных и др.). Единая государственная системы информационного обеспечения культурной деятельности в Российской Федерации.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, семинар-конференция, презентация результатов научно-исследовательской работы студентов, деловые игры.

Дисциплины по выбору

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ

Цели освоения дисциплины: формирование систематических знаний о закономерностях и основных этапах развития социально-политических идей, об основных направлениях современной социально-научной и общественно-политической мысли, а также способности и готовности использовать эти знания в научно-исследовательской и будущей профессиональной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Предыстория и история социальнополитической мысли. Теории возникновения государства. Понятие социальнополитической теории. Основные этапы развития социально-политической мысли. Эволюция социалистических учений нового и новейшего времени. Либеральное направление в социально-политической мысли нового и новейшего времени. Консерватизм и коммунитаризм: несоциалистическая альтернатива либерализму.

Раздел 2. Неклассические социально-политические теории XX – начала XXI вв. Радикализм как социально-политическая идеология. Идеология российского радикализма. Дворянско-разночинский этап. Молодежный радикализм – причины и факторы. Исламский радикализм и его воздействие на национальную безопасность России.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции, круглые столы, семинар-дискуссия, метод малых групп. При подготовке к семинарским занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; тестирование; проверка и презентация рефератов; формы промежуточного контроля – зачет.

ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся системы представлений о политике государства в сфере культуры и искусства и актуализации проблематики, связанной с возможностью социокультурного планирования и проектирования на государственном уровне.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Государство как субъект культурной политики. Нормативная правовая база реализации культурной политики. Культурная политика как фактор национальной безопасности. Культурный суверенитет.

Раздел 2. Инфраструктура и механизмы управления в сфере культуры. Государственные органы управления в сфере культуры. Институты культурной жизни в системе культурной политики. Информационное обеспечение сферы культуры.

Раздел 3. Основные направления государственной культурной политики современной России. Экономика культуры и культурные индустрии. Национальные проекты в сфере культуры. Развитие творческого потенциала личности и культурная политика.

Раздел 4. Культурное наследие народов Российской Федерации. Русская культура и государственная культурная политика. Материальное культурное наследие. Нематериальное культурное наследие. Сохранение культурного наследия в условиях глобализации.

Раздел 5. Содержание и приоритеты региональной культурной политики. Региональный уровень реализации культурной политики. Культурная политика как фактор регионального развития.

Раздел 6. Международная культурная политика Российской Федерации. Культура как «мягкая сила». Российское культурное наследие за рубежом. Взаимообогащение культур и интеграция России в мировое культурное пространство.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные и практические занятия с использованием развивающих – проблемно-поисковых технологий: проблемное изложение лекционного материала; интерактивная лекция; учебная дискуссия; проблемно-исследовательское задание; кейс-метод; метод проектов и др. Лекционные и практические занятия предполагают демонстрацию мультимедиа презентаций, как при освоении нового материала, так и при защите выполненного задания. Форма промежуточного контроля – зачет.

ПРОЕКТНЫЙ МАСТЕР-КЛАСС

Цель освоения дисциплины: совершенствование у обучающихся навыков разработки и продвижения форматов медиапродукции в области проектной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Проектирование как деятельность по созданию объектов. Его роль и значение в медиакоммуникации. Проектирование и проектные методы. Особенности и значение проектной деятельности в медиакоммуникации.

Раздел 2. Предпроектный анализ. Методы сбора и обобщения информации. Сбор и обобщение информации по теме проекта.

Раздел 3. Проектирование объекта медиакоммуникации. Бриф и формирование художественного образа. Создание композиционной структуры объекта. Включение изобразительных элементов в композиционную структуру.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций; ситуационные задачи и практические упражнения; метод проектов.

МАСТЕР-КЛАСС ПО ВЕБ-ПРОЕКТИРОВАНИЮ

Цель освоения дисциплины: совершенствование у обучающихся навыков разработки и продвижения форматов медиапродукции в области веб проектирования.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Веб проектирование как деятельность по созданию интерактивных объектов. Веб проектирование и возможные методы работы. Особенности и значение веб проектирования для создания интерактивной среды.

Раздел 2. Предпроектный анализ. Методы сбора и обобщения информации. Сбор и обобщение информации по теме проекта.

Раздел 3. Проектирование веб объекта. Бриф и формирование художественного образа. Создание композиционной структуры веб объекта. Включение изобразительных элементов в композиционную структуру.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций; ситуационные задачи и практические упражнения; метод проектов.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРАВО

Цель освоения дисциплины: формирование теоретических и практических навыков в изучении действующего информационного законодательства, основных институтов информационного права, в том числе, подготовка студентов к овладению основными практическими познаниями в сфере применения нормативно-правовых актов, регулирующих правоотношения в сфере информации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиакоммуникационную деятельность.

Краткое содержание дисциплины:

Информационное право как отрасль права: предмет, методы, субъекты, объекты правового регулирования. Правовое регулирование распространения информации и доступа к информации. Правовое регулирование информационных технологий, информационных систем и сетей. Информационная безопасность общества и государства. Ответственность за правонарушения в информационной сфере.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: традиционные и интерактивные лекции-беседы, семинары-дискуссии. При подготовке к практическим занятиям используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам. Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; тестирование; проверка и презентация докладов; форма промежуточного контроля – зачет.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИИ

Цель освоения дисциплины: формирование представлений об основных понятиях в области информационной безопасности и защиты информации, основных принципах построения системы защиты информации. Дисциплина является дисциплиной по выбору. Дисциплина изучается во 1 семестре.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиакоммуникационную деятельность.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Основные понятия и определения в области информационной безопасности. Политика государства в области информационной безопасности. Угрозы и нарушители безопасности информации. Нормативные документы в области информационной безопасности. Персональные данные: определения, требования.

Раздел 2. Защита информации. Модель угроз безопасности информации. Организационные меры защиты информации. Методы контроля и разграничения доступа. Криптографические методы защиты информации. Программно-технические меры защиты информации. Политика безопасности организации.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; практические занятия с элементами дискуссии; выступление студентов с докладами; выполнение и защита учебного проекта.

ЭКОНОМИКА ТРУДА

Цель освоения дисциплины: формирование представлений об основных направлениях экономики труда, основных методах оценки эффективности работы персонала в современных организациях и учреждениях социально-культурной сферы.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность.

Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы современной экономики труда Труд как основа развития общества и важнейший фактор производства. Предмет экономики труда. Формирование и развитие экономики труда как науки.

Раздел 2. Основы трудовой деятельности и организации труда. Сущность и механизм организации труда. Место условий труда в системе социально-трудовых отношений. Обеспечение безопасности работников

Раздел 3. Нормирование и производительность труда. Нормирование труда. Экономическая сущность производительности труда. Производственный коллектив предприятия. Планирование и анализ численности работников. Заработная плата и ее организация. Регулирование и планирование средств на заработную плату персонала по предприятию и его подразделениям.

Раздел 4. Социальная политика и доходы населения Основные цели и задачи социальной политики в области доходов. Стоимость жизни и уровень потребления населения. Социальная защита населения: природа, функции и механизмы осуществления. Социальное страхование и пенсионное обеспечение граждан.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.

МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛА

Цель освоения дисциплины: формирование представлений об основных направлениях деятельности в области управления персоналом в современных организациях медиа

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Управление персоналом организации в современных условиях. Персонал как объект управления. Роль и место управления персоналом в системе управления организацией. Задачи и принципы управления персоналом. Взаимодействие подразделения управления персоналом и других структурных подразделений организации. Процесс планирования персонала в организации. Содержание и анализ работы персонала в организации. Этапы анализа работы персонала. Распределение ответственности. Описание рабочих мест. Подготовка функциональных обязанностей. Определение

квалификационных требований. Процесс подбора персонала. Создание кадрового резерва. Психология отбора и расстановки кадров. Внешний и внутрифирменный поиск кадрового резерва. Внутренние источники подбора. Внешние источники подбора. Адаптация работника. Введение в должность и мотивация персонала.

Раздел 2. Оценка персонала. Обучение персонала. Профессионально - психологическая адаптация персонала в организации. Содержание деятельности по оплате работы. Процесс управления оплатой работника. Оценка эффективности управления персоналом. Коммуникации в организации. Измерение эффективности управления персоналом.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; семинарские занятия в форме докладов с комментариями; дискуссия; представление результатов НИРС в форме электронных презентаций; творческое задание; мини-конференция

Блок 2. Практика

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Цель освоения практики: формирование компетенций по подготовке различных медиатекстов и медиaproдуктов.

Перечень планируемых результатов обучения по практике: владение компетенцией

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиaproдуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакоммуникаций;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакоммуникационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата.

Краткое содержание практики:

Знакомство с базами практик. Характеристика информационных ресурсов учреждения. Анализ видов и жанров медиaproдуктов. Анализ структуры медиaproдуктов.

Подготовка медиатекстов по тематике учреждения. Подготовка медиaproектов по тематике учреждения.

Объем учебной дисциплины: 10 зачетных единиц, 360 академических часов.

Образовательные технологии: составление и защита отчета, дифференцированный зачет. По итогам практики проводится ее публичная защита на общем собрании студентов курса.

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Цель освоения практики: формирование у магистрантов первичных профессиональных навыков ведения самостоятельной научной работы, выбора темы и составления плана магистерской диссертации.

Перечень планируемых результатов обучения по практике: владение компетенциями:

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций;

ПК-5 – Способен проводить научные исследования в сфере медиакommunikаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Краткое содержание практики:

Научно-исследовательская практика (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) осуществляется непрерывным циклом при условии обеспечения логической и содержательно-методической взаимосвязи между теоретическим обучением и содержанием практики и включает процессы планирования практики, определение индивидуального задания магистранта, начальное исследование специфики магистерской программы, изучение теоретических и практических аспектов в области библиотечного дела в рамках программы магистерской подготовки, изучение монографического материала и периодических литературных источников и процесс подготовки к защите практики.

Объем учебной дисциплины: 9 зачетных единиц, 324 академических часа.

Форма контроля - дифференцированный зачет.

Образовательные технологии: дискуссии, беседы с участием сотрудников базы практики; тренинги профессиональных навыков и умений по профилю деятельности базы практики; контент-анализ локальной документации базы практики.

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПРАКТИКА

Цель освоения практики: закрепление и углубление профессиональных знаний, полученных в процессе обучения, приобретение профессиональных компетенций и практического опыта в исследовании актуальных научных проблем, в том числе связанных с магистерской диссертацией.

Перечень планируемых результатов обучения по практике: владение компетенциями:

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

ОПК-3 – Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакommunikационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата;

ПК-5 – Способен проводить научные исследования в сфере медиакommunikаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Краткое содержание практики:

Подготовительный этап. Ознакомление с базой практики (организационная структура; общая характеристика основных функций, регламентирующих документов).

Исследовательский этап. Анализ и оценка деятельности и потенциала базы практики. Непосредственное участие студента в разработке проектов (согласно плану работы базы практики) или самостоятельная разработка проекта по выбранной для магистерской диссертации теме. Выполнение индивидуальных заданий, полученных от руководителей практики. Аттестация по итогам научно-исследовательской работы студента осуществляется выпускающей кафедрой на основе отчета (защиты научной работы) практиканта, утвержденного руководителем практики, и отзыва на практиканта руководителя.

Объем учебной дисциплины: 7 зачетных единиц, 252 академических часа.

Форма контроля - дифференцированный зачет.

Образовательные технологии: дискуссии, беседы с участием сотрудников базы практики; тренинги профессиональных навыков и умений по профилю деятельности базы практики; контент-анализ локальной документации базы практики.

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Цель освоения практики: получение теоретических и практических результатов подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР), являющихся достаточными для ее успешной защиты.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенцией:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ОПК-7 – Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности;

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций;

ПК-2 – Способен эффективно использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;

ПК-4 – Способен разрабатывать маркетинговые стратегии медиакоммуникационного проекта;

ПК-5 – Способен проводить научные исследования в сфере медиакоммуникаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Краткое содержание практики:

В ходе преддипломной практики студенты осуществляют сбор, обработку, анализ и систематизацию научной информации по теме выпускной квалификационной работы, подготовку доклада по теме выпускной квалификационной работы и выступление с ним на конференции.

Объем учебной дисциплины: 7 зачетных единиц, 252 академических часа.

Образовательные технологии: консультации с руководителем ВКР. Предзащита ВКР.

ПРОЕКТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Цель освоения практики: профессиональная адаптация будущих специалистов к работе в учреждениях и организациях по профилю медиакоммуникаций.

Перечень планируемых результатов обучения по практике: владение компетенцией:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;

УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакоммуникационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата;

ПК-4 – Способен разрабатывать маркетинговые стратегии медиакоммуникационного проекта;

ПК-5 – Способен проводить научные исследования в сфере медиакоммуникаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Краткое содержание практики:

Организация медиакоммуникационной деятельности организации. Изучение документации организации. Анализ деятельности организации в медиапространстве. Характеристика коммуникационной политики организации. Подготовка аналитической справки.

Объем учебной дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Образовательные технологии: составление и защита отчета, дифференцированный зачет. По итогам практики проводится ее публичная защита на общем собрании студентов курса.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации), включая подготовку к защите и

процедуру защиты. Государственная итоговая аттестация проводится Государственной экзаменационной комиссией (ГЭК) во главе с председателем, утверждаемым Министерством культуры РФ. Состав ГЭК утверждается приказом ректора вуза. В состав ГЭК входят не менее 2 работодателей.

Выполнение и защита ВКР

Цель освоения дисциплины: комплексная оценка общекультурных и профессиональных компетенций и степени подготовленности выпускников к профессиональной деятельности в рамках основной образовательной программы по направлению подготовки 51.04.06. «Библиотечно-информационная деятельность».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;

УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

УК-4 – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

ОПК-2 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продукта;

ОПК-3 – Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ОПК-7 – Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности;

ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакоммуникаций;

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакоммуникационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата;

ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиакоммуникационную деятельность;

ПК-4 – Способен разрабатывать маркетинговые стратегии медиакоммуникационного проекта;

ПК-5 – Способен проводить научные исследования в сфере медиакоммуникаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Краткое содержание дисциплины:

Магистрант выполняет магистерскую диссертацию по утвержденной теме в соответствии с заданием и планом-графиком под руководством преподавателя, являющегося его научным руководителем. Тема магистерской диссертации должна характеризоваться социальной значимостью, определяться заказами учреждений культуры и образования, предприятий и организаций, отражать реальные потребности практики в решении актуальных проблем, иметь творческий характер.

Объем учебной дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Образовательные технологии: обзорные лекции, консультации, самостоятельная работа студента, анализ конкретных производственных ситуаций; публичная защита результатов ВКР.

Факультативные дисциплины

ОРГАНИЗАЦИЯ НИР МАГИСТРАНТОВ

Цель освоения дисциплины: дисциплина нацелена на комплексное обеспечение магистрантов направления подготовки информацией теоретического, нормативного, технологического, методического, организационного и справочного характера, необходимой для эффективного и качественного выполнения магистерской диссертации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-5 – Способен проводить научные исследования в сфере медиакоммуникаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Общая технология создания магистерской диссертации. Состав, сравнительная характеристика и этапы выполнения магистерской диссертации по направлению подготовки. Нормативные требования к выполнению, оформлению, представлению и защите магистерской диссертации.

Раздел 2. Специальные технологии создания магистерской диссертации. Технология подготовки аналитических обзоров. Технология исследования электронных информационных ресурсов. Технология анализа рынка информационной продукции по теме исследования.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: Лекционные занятия основываются на методе интерактивного обучения, сопровождаются мультимедийными презентациями. Практикуется решение ситуационных задач, применяются различные виды диагностики: проверка выполненных практических работ, выполнение контрольных заданий, защита исследовательских заданий, проектов, тестовый контроль, устный опрос, формирование портфолио, защита внеаудиторных самостоятельных работ, зачет.

МАСТЕР-КЛАСС ПО МЕДИАДИЗАЙНУ

Цель освоения дисциплины: совершенствование у обучающихся навыков создания структур для коммуникативных сообщений в медиасреде.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

ПК-2 – Способен создавать и редактировать медиакоммуникационный проект любого уровня сложности для различных субъектов социальной и коммерческой деятельности с последующим анализом полученного результата.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Медиадизайн как деятельность по созданию интерактивных объектов. Медиадизайн и проектные методы для создания его объектов. Особенности и значение медиадизайна для создания интерактивной среды.

Раздел 2. Предпроектный анализ. Методы сбора и обобщения информации. Сбор и обобщение информации по теме проекта.

Раздел 3. Проектирование объектов для медиадизайна. Бриф и формирование художественного образа. Создание композиционной структуры объекта для медиадизайна. Включение изобразительных элементов в композиционную структуру.

Объем учебной дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Образовательные технологии: лекции с использованием электронных презентаций; метод проектов.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МЕДИА

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов научных и практических навыков анализа эффективности деятельности в медиа, а также формирование практических умений анализировать социально-значимые процессы в медиа

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине: владение компетенциями:

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Понятие об эффективности деятельности и история его развития. Роль анализа в повышении эффективности деятельности в медиа. Значение показателей в процессе анализа. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа. Моделирование взаимосвязей в обеспечении эффективности деятельности в медиа.

Раздел 2. Анализ эффективности деятельности. Нормативное обеспечение анализа эффективности деятельности. Методы анализа. Показатели эффективности деятельности.

Объем учебной дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Образовательные технологии: лекционные занятия с использованием электронных презентаций; методы анализа ситуаций, самостоятельная работа с научной литературой, информационной базой данных, репродуктивные методы, проблемное изложение лекционного материала, проблемно-исследовательские задания.